

迎接个性化旅游消费大潮——

旅游业深耕“私人订制”沃野

本报记者 陈莹莹

服务中心

线上代理商如何在旅游电商并购大潮中独辟蹊径,找到生存之道?传统旅游从业机构如何重建核心竞争力?怎样为游客规划出既满足个性化需求、又拥有高性价比的旅游产品?精准定位需求、立足本地社群、开拓小众线路,一系列的定制产品和服务应运而生。

线上回归线下,不怕!

曾经,浙江拉吾旅游有限公司在携程网销售绍兴地区酒店产品的代理商中独占鳌头。去年开始,随着携程相继收购了艺龙和去哪儿网,拉吾游创始人韩亮逐渐嗅到了硝烟味儿。

“我们从酒店争取的折扣大约在15%至20%之间;并购以后,携程对我们收取的佣金比例从最初销售额的6%慢慢升至10%甚至更高,让我们有了巨大的压力。”韩亮说,更重要的是,单纯靠在线上比拼酒店和景区门票的价格,小旅行社和小代理商远不是大电商的对手。

“大电商拿着数十倍于我们的销售额去跟酒店和景区谈,自然能拿到更高折扣。另外,不同于大的OTA(线上旅行社)砸钱卖产品,我们没有烧钱的资本。”因而韩亮决定从线上走向线下,立足本地社群和粉丝经济,打造个人深度游品牌。

作为老板,韩亮开始从幕后走到台前,穿上长衫戴上复古墨镜,出现在绍兴和横店的各个景点前。“朋友的朋友想订酒店,找亮哥!”“去绍兴玩两天怎么玩儿?找亮哥!”韩亮介绍,来订票的游客往往是朋友介绍的,忠实的线下客户群体让他有了底气。

在他的设想中,公司将通过旅游讲座和沙龙的形式,普及出国攻略、境外使用信用卡优惠等知识,并在逐渐庞大的粉丝群里精准定位,定向投放亲子游、养生游、旅拍等产品信息。

“对售前和售后服务较为缺失的大型电商来说,想要近距离接触以人际交往为主的线下客户群体有很大的壁垒。所以,虽然我们并不具备价格优势,但胜在能量身订制当地旅游路线、拥有口口相传的良好体验。”韩亮说。

另一方面,韩亮也不惧和众多线下传统旅行社竞争。在他看来,从线下到线上业务,仍有很长的路要走。如何贯通线上线下,大有文章可做。

瞄准散客的市场,很大!

思考转型的不只是韩亮。两年前,北京广信旅行社总经理曹宝刚号召员工开始了“二次创业”。这是因为由团队游撑起公司业务的日子已经一去不复返。“大团越来越少,散客越来越多,个人逐渐成为旅游的主力军。”曹宝刚说。

“作为一个很小很普通的传统旅行社,团队游客的锐减让我们有了在竞争中处于下游的感觉。”曹宝刚明白,转型刻不容缓。虽然广信旅行社拥有出境游资质,但是在出境游市场一杯羹相当不易,对旅行社的资金实力和人才储备也提出了巨大的考验。

考察了国内外的众多旅游线路之后,曹宝刚的公司推出了国际内河游轮线路:一条载着100多名游客的船只,沿



游客在参加北京广信旅行社组织的欧洲试乘莱茵河游轮旅游活动。上图为莱茵河游轮,下图为游客们在景点休息合影。 曹宝刚摄

着莱茵河航行,途经瑞士、法国、荷兰、比利时等多个国家。白天,游船停靠城市,游客下船游览;夜间开船赶路时,游客用餐休息。交通工具之外,游船还是游客的餐厅和宾馆。

在途牛网,这条线路去年被归类为邮轮类,今年又被归类为欧洲五国陆地游。曹宝刚认为,难以归入现有出境游产品类别恰恰说明这种旅游形式别具新意。“海洋邮轮的卖点在船,我们的卖点是欧洲内陆景色;传统欧洲内陆游是天天赶路、隔天就要换个宾馆,我们光靠晚上行船就让白天的游览时间多出了三分之二。”

这一全新旅游形式,集合了欧洲内河两岸风光,还能近距离接触中小城市和古镇。去年,8个莱茵河游轮团一票难求;今年,在10个莱茵河游轮团外新增了5个多瑙河游轮团,10月份之前的船票已全部售罄。“这是一个欧洲纯玩团,18000元左右的价格囊括了签证在内的全部费用,所以游客反馈特别好,这两年的新客户几乎都是老客户带来的。”曹宝刚说。

曾一度担心如何推广新产品的广信旅行社,如今在全国各地设立了13个分公司。公司未来的发展思路也变得异常清晰:把内河游轮作为公司主推线路,填补国内相关产品空白。明年增加俄罗斯伏尔加河内河游轮线路,后年在亚洲或者非洲再开辟一条类似线路。

精耕细作的小团,出发!

一款名为“玩转北欧——陪你走到北纬71°”的“私人订制”产品,让中青旅产品设计师姚倩大获成功。

两年前,有游客提出,遍寻市场也难以找到理想的北欧路线,传统城市观光游很难体现北欧旅游的精髓。姚倩和游客一起设计了长达两周的深度游线路,把斯德哥尔摩地铁、城市自行车、森林公园慢跑等元素融入其中。出行前,导游和游客就建立微信群开始交

流;回国后,导游还把行程中抓拍的照片冲洗出来送给游客。

“我们尽可能把北欧最值得去的地方一网打尽,这款产品的设计理念就是不留遗憾。”姚倩说,她曾担心这款产品4万元的产品能否被更多人接受。结果却出人意料,产品被抢购一空,收客量超过预期的300%,销售额近500万元。这款订制产品也因为畅销被旅行社固化成为标准化产品。

“订制追求的不是贵,而是适合。不同于人们过去理解的高端订制,订制游在满足客户个性化、自由度需求的同时,还必须有效控制预算,帮客户省钱,并且强调对旅游品质和诚信的保护。”中青旅控股股份有限公司市场推广部总经理葛磊说。

曾是旅行社的两大优势——安全与价格,如今都已遇到挑战。过去,老百姓出游经验少,需要旅行社解决领队、签证等配套服务问题以及保障旅游安全。随着各方面的完善和旅游消费观念的改变,人们对旅行社的依赖越来越少;现在,国内游客更希望得到深度和个性化的旅游体验,一味追求低价并不能满足用户。

在葛磊看来,订制旅游自诞生之日起就具备互联网属性。但真正进入旅游“订制时代”,传统旅行社却拥有无与

点评

订制旅游服务为王

为深挖市场消费潜力,订制旅游产品应运而生。在团队与会展旅游业务大幅下滑、电商不断改造传统旅游业的大背景下,订制旅游更被视为行业发展的一大利好。

事实上,强调品质和个性的订制产品远比标准化的传统旅游产品复杂。想要在订制旅游时代力克群雄,不管是线上还是线下的从业者,都需要突破两大

伦比的优势。

“因为沟通成本高,订制产品需要足够多的专业团队服务于客户需求;另外,又需要借助成熟的服务体系获得相对优惠的价格来控制预算。这两大门槛,恰恰是传统旅行社的优势所在。”葛磊说,传统旅行社的最大资源是人,能提供一对一的顾问式服务;另外,也有足够大的规模和体量来形成自己的采购优势。

虽然传统旅行社具有差异化竞争优势,但要抓住订制机遇,也要从要素思维向客户思维转变。“传统旅游就是观光、开阔视野,现在有陪伴孩子、陪伴老人、蜜月等,每个人诉求不同、市场需求分化、散客化加剧,只有和消费者不断沟通,才能获得有价值的信息。”葛磊说,传统旅行社正从“我有什么就卖什么”走向“客户需要什么我就做什么”。

随着更多消费者开始追求个性与深度的旅游方式,过去传统旅行社集结地方旅游局、酒店、航空公司等资源方,把相关要素打包的团购模式已难以继。“订制旅游其实是理性和个性的融合,其核心竞争力一定是服务。未来的销售机会将更多来自于依托互联网提供个性化解决方案。”葛磊说,这不仅是传统旅行社发展的思路,更是重建竞争力的关键一步。

□ 秋实

一席谈

近日,国务院办公厅发布《关于加快培育和发展住房租赁市场的若干意见》。新政一出,房屋租赁市场迎来利好的声音不绝于耳。宏观层面来看,政策的出台不失为房地产去库存的合理途径之一,鼓励存量房参与租赁,满足租房需求的同时盘活存量资产;长期来看,还将对一二线城市居高不下的房价起到一定的调节作用。然而,一旦站在一个个具体租房人、出租人的角度,便会发现,真正实现“租售并举”还有几道硬坎儿要过。

暴媛媛

第一个绕不过去的坎儿是畸高的租售比。数据显示,在房价持续上涨的拉动下,目前一线城市及部分二线城市租售比已达到1:500。在房价涨幅远高于房租涨幅的前提下,究竟有多少房东愿意将房产长期出租、而放弃一次性买卖带来的“痛快增值”,确实是个问题。说到底,如果租金涨幅跑不赢房价,“重交易轻租赁”的格局短时间内便难以撼动,长租的实现可谓雾里看花。

第二个不得不提的硬伤便是房屋租赁市场的不规范。几乎所有租房者都遭遇过租金的“任性”上涨,而房屋维护、押金管理、物业水电费用支出等也成为租房纠纷的多发地带。一方面,租房者长期处于房屋租赁市场的弱势地位;另一方面,出租人对租房市场信任不足。原本应是“你情我愿”的租赁行为,却时常上演各种纠纷,归根结底,房屋租赁市场缺乏应有的规范与监管是根本原因。众所周知,欧美居民家庭租房比例超过30%,美国约有1/3的居民家庭租房居住,德国居民家庭租房比例甚至超过50%。除去租房观念的成熟,这些国家对住房租赁市场的管理和约束也是租房得到广泛认可的保障。

最后,对改建房屋进行出租的细则亟须进一步明确。鼓励允许“商改住”被业内人士称为此次新政中的创新亮点。但在实际操作过程中,商业功能的改造空间改造为住宅,不仅将面临房屋结构的“伤筋动骨”,改造开支也很有可能导致租金的上涨,从而对租户吸引力下降。同时,此次新政还提出,“允许将现有住房按照国家和地方的住宅设计规范改造后出租,改造中不得改变原有防火分区、安全疏散和防火分隔设施,必须确保消防设施完好有效”。此前,“房中房”群租现象曾被明令禁止,而依照新政,允许通过合理、合法的途径来改造房屋原有结构,“房中房”究竟如何定性?相关部门在对出租房进行管理时参照什么样的执行标准?改造房屋用于出租,又有怎样的具体界定?这些,都有待新政细则的进一步落地。

服务商

手机美容市场潜力巨大

品牌化、规范化是发展关键

本报记者 周明阳

手机美容是一项新兴服务,经过了诺基亚时代的手机挂饰、贴图、贴钻、换壳,到给大屏智能机贴膜、装手机壳、手机外壳镀膜,手机美容已经成为人们购买新手机后的“必选动作”。调查显示,在我国仅手机壳手机膜市场规模已经超过1000亿元。无论是在繁华商圈,还是街头巷尾,卖手机壳和贴膜的店铺随处可见,有些手机卖场更是提供购机美容一条龙服务。

然而,缺乏行业标准和规范的手机美容成为一个野蛮生长的行业。手机美容行业定价不规范,暴利、乱收费为人所诟病;绝大多数厂家靠拼渠道和出货量盈利,产品单一、同质化严重,所谓的各种功能很多都是噱头;通过打价格战产品质量进一步降低,进入恶性循环。因而,手机美容服务的正规化、标准化发展迫在眉睫。

手机壳个性化定制连锁品牌“大秦”的创始人李俊峰告诉《经济日报》记者,品牌化、个性化、质量高、服务好的手机美容产品是行业发展的方向 and 标准。“手机美容企业要在产品质量上精益求精,不断改良研发,生产出既实用又有创意的产品。在商业模式上,可以连锁加盟或特许经营的方式扩大规模,打造品牌影响力。”李俊峰说。

通过“大秦”对加盟商的统计,越是品质高、个性强、创意足的产品,越受消费者欢迎。李俊峰表示,消费者对手机美容服务的需求与日俱增,手机美容行业的前途在于通过个性化订制提高品质,提升客户体验。

此外,李俊峰认为,采取品牌化、连锁化的运营,通过统一的原材料管理、设备推广、人员培训和产品定价,可以促进行业规范化,提升服务质量。同时,有关方面应尽快出台相应的行业准入标准和价格标准,并完善监管,在统一的质量标准之下,引导市场有序竞争。

眼光掠影



6月7日,居民在“智能便民安全回收示范站”前投入可回收的饮料瓶。该回收站为北京盈创再生资源回收有限公司自主研发的多功能智能回收机,可识别并回收啤酒瓶、塑料瓶、易拉罐等,目前已经在北京、上海、深圳等城市铺设近4000台,未来还将在更多城市铺设。 吉新摄

变身多功能服务驿站——

加油站为生活服务“加油”

本报记者 于泳

域。记者看到,短短半小时时间就有3辆汽车在加油后洗车。无形之中,加油站的服务又得以延伸。家住附近的车主李明康告诉记者,每隔一段时间他就会来加油站洗车。不仅排队时间短,还可以使用加油站送的代金券。像永定路加油站这样提供洗车美容服务的加油站在北京不在少数。北京石油公司新闻发言人庄士新告诉记者,中石化所属加油站在北京有10余家可以提供美容装饰服务。不仅如此,他们还与月福等专门的汽车服务商进行合作,为车主提供更专业的小修和保养服务。

如果说上面讲的两类服务带着商业服务的色彩,那么接下来所说的加油站则有着温情色彩。亚运加油站是中石化加油站中有名的“爱心加油站”,加油站不仅为周围的居民提供免费生活服务,还为环卫工人提供车辆寄存、爱心早餐、免费开水等多项服务。亚运加油站站长

刘彦博告诉记者,“爱心加油站”的称号开始于2014年3月,因为周边居民区比较多,而且常有环卫工人在加油站附近交接班,加油站就根据周边居民和环卫工人等特定群体,提供了多项有针对性的服务。朝阳环卫中心工人王青云说:“冬天我们能在加油站里吃上热乎的早餐,夏天最热的时候可以在这里纳凉。”在亚运加油站,记者看到,这里不仅提供简易的修车工具,还提供针线包和小药箱。刘彦博告诉记者,目前亚运加油站这样的“爱心加油站”已经在中石化北京石油公司实现了百分百全覆盖。

据庄士新介绍,目前中石化所属加油站正在积极运用互联网思维,着力将加油站打造为汽车生活服务驿站,不断在油站内探索金融、保险、彩票、广告、物流等服务,致力于为客户提供更简单高效的汽车生活体验。2014年9月北京公司正式开通官方微信公众账号,作为拉近

与客户距离、加强与客户互动的重要载体和阵地。2015年9月率先开展电子会员微信营销,创新三级会员营销模式,通过微信粉丝、微信会员和持卡会员三级管理模式,有效打通了客户从持卡会员到微信会员、从实体店站到微信平台转换渠道。截至2015年底会员微信关注用户55.4万人,微信转化率63%,远远高于线上微商的平均转化率5%。

记者了解到,日本的加油站除了可以提供生活服务外,还能用作应急避难场所。瑞典的加油站类似于我们的高速公路服务区,除了提供加油服务还没有快餐店,提供简单的餐饮服务。业内人士告诉记者,加油站在提供服务时,应尽量模糊其经济性,要让顾客感觉到所有的设施是设身处地为他们着想的。只有这样顾客才能在提供的服务中获得最大心理满足,加油站也能够取得更好的发展。

服务焦点 身边的服务

加油站是有车一族经常光顾的场所,如今人们再去加油站可以享受到的不仅仅是给汽车加油这么简单。走进中国石化北京石油北苑路加油站,最醒目的就是张贴在外墙上的17项便民服务。便利店、自助取款、一卡通充值、拉卡拉还款……现在的加油站更像是一个集多种服务功能于一身的服务驿站。

“虽然面积不大,但我们的便利店现在在1000多种商品,销售旺季的流水每天在1万元左右。”北苑加油站的站长任宏兴告诉《经济日报》记者。目前,中石化在北京共有500余座加油站,便利店的覆盖率达到95%,成品油市场占有率70%。实际上,加油站的非油品业务在国外已经相当成熟,欧美加油站开设便利店的比例达到85%,非油品业务的毛利贡献率稳定在60%左右。

在海淀区永定路加油站,加油站的一角单独开辟了洗车和美容装饰的区

本版编辑 李景